

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Kewirausahaan

a. Konsep Kewirausahaan

Soemanto (2008) dalam bukunya mendefinisikan istilah wirausaha atau wiraswasta secara etimologis, yaitu wiraswasta merupakan suatu istilah yang berasal dari kata “wira” dan “swasta”. Wira berarti berani, perkasa, atau utama. “swasta” berasal dari kata swa dan sta. Swa artinya sendiri, sedangkan Sta berarti berdiri sendiri. Swasta artinya berdiri menurut kekuatan sendiri. Sulasmi & Moerdiyanto (2015) mendefinisikan wirausahawan sebagai orang-orang yang memiliki kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan bisnis; mengumpulkan sumber daya-sumber daya yang dibutuhkan untuk mengambil tindakan yang tepat, mengambil keuntungan serta memiliki sifat, watak dan kemauan untuk mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif dalam rangka meraih dan meningkatkan pendapatan.

Suryana (2001: 2) “kewirausahaan (*entrepreneurship*) adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses”. Menurut Drucker (1959) dalam Suryana (2001) inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui pemikiran kreatif dan tindakan inovatif demi terciptanya peluang. Timmons et al (1987) dalam

Timmons & Spinelli (2004) juga menyatakan inti dari proses kewirausahaan adalah kreasi dan/atau penemuan peluang usaha. Wiratmo (1996: 2) “proses penciptaan sesuatu yang berbeda nilainya dengan menggunakan usaha dan waktu yang diperlukan, memikul risiko finansial, psikologi, dan sosial yang menyertainya, serta menerima balas jasa finansial dan kepuasan pribadi”. Oliver & Hyacinth (2013) dalam Jwasshaka et al (2018) menggambarkan kompetensi keterampilan kewirausahaan sebagai serangkaian prestasi, pemahaman, dan atribut pribadi yang membuat individu lebih mungkin untuk mandiri dan sukses dalam karier yang dipilihnya.

Thomas W. Zimmerer dalam Winarno (2012) memberikan gambaran mengenai kewirausahaan, yaitu kewirausahaan adalah menerapkan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan permasalahan dan memanfaatkan peluang yang dihadapi masyarakat sehari-hari. kewirausahaan merupakan gabungan dari kreativitas, inovasi, dan keberanian menghadapi risiko yang dilakukan dengan cara kerja keras untuk membentuk dan memelihara usaha baru.

Berdasarkan pengertian-pengertian mengenai kewirausahaan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang dengan mengandalkan kreativitas, inovasi dan keberanian untuk menemukan sebuah peluang menuju kesuksesan.

b. Karakteristik kewirausahaan

Mulyani (2014) dalam Purnomo & Sukardi (2019) mengatakan bahwa karakter kewirausahaan digambarkan sebagai seseorang yang memiliki

kepercayaan diri, memiliki orientasi tugas dan hasil, berani mengambil risiko, memiliki kemampuan kepemimpinan, dan memiliki visi serta keaslian . Karakteristik kewirausahaan menurut M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer dalam Suryana (2001: 8-9) dan Winarno (2012: 22-23) , ada delapan karakteristik yaitu sebagai berikut :

- 1) Rasa tanggung jawab (*desire of responsibility*), yaitu memiliki rasa tanggung jawab atas usaha-usaha yang dilakukannya. Seseorang yang memiliki rasa tanggung jawab akan selalu mawas diri.
- 2) Memilih risiko sedang atau moderat (*preference for moderate risk*), yaitu lebih memilih risiko yang moderat, artinya ia selalu menghindari risiko yang terlalu rendah atau terlalu tinggi.
- 3) Percaya diri terhadap kemampuan untuk sukses (*confidence in their ability to success*), yaitu percaya akan kemampuan dirinya untuk berhasil.
- 4) Keinginan mendapat umpan balik secara cepat (*desire for immediate feedback*), yaitu selalu menghendaki umpan balik yang segera.
- 5) Energi tingkat tinggi (*high level of energy*), yaitu memiliki semangat dan kerja keras untuk mewujudkan keinginannya demi masa depan yang lebih baik.
- 6) Berorientasi pada masa depan (*future orientation*), yaitu berorientasi ke masa depan, prespektif, dan berwawasan jauh ke depan.

- 7) Kemampuan mengorganisir (*skill at organizing*), yaitu memiliki keterampilan dalam mengorganisasikan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah.
- 8) Menganggap prestasi lebih berharga dari uang (*value for achievement over money*), yaitu selalu menilai prestasi dengan uang.

Sedikit berbeda dengan pendapat sebelumnya, Meredith (2002) menunjukkan ciri-ciri dan watak profil wirausaha sebagai berikut:

Tabel 1. Ciri-ciri dan Watak Profil Wirausaha

| Ciri-ciri | Watak |
|------------------------------|--|
| Percaya diri | <ul style="list-style-type: none"> Kepercayaan (keteguhan) Ketidaktergantungan Optimisme |
| Berorientasi tugas dan hasil | <ul style="list-style-type: none"> Kebutuhan atau haus akan prestasi Berorientasi laba atau hasil Tekun dan tabah Tekad, kerjasama, motivasi Energik Penuh inisiatif |
| Pengambilan resiko | <ul style="list-style-type: none"> Mampu mengambil risiko Suka pada tantangan |
| Kepemimpinan | <ul style="list-style-type: none"> Mampu memimpin Dapat bergaul dengan orang lain Menanggapi saran dan kritik |
| Keorisinilan | <ul style="list-style-type: none"> Inovatif (pembaharuan) Kreatif Fleksibel Banyak sumber Serba bisa |
| Berorientasi ke masa depan | <ul style="list-style-type: none"> Pandangan ke depan Perseptif |

2. Perkembangan Dunia Usaha Busana di Indonesia

Dunia usaha busana di Indonesia pada saat ini berkembang dengan sangat pesat. Busana sudah bukan menjadi kebutuhan semata, namun juga menjadi *life style* bagi masyarakat Indonesia. Saat ini banyak muncul generasi muda yang kreatif dan inovatif di bidang *fashion*. Seperti munculnya desainer-desainer muda berbakat yang memamerkan karya-karyanya di ajang peragaan busana. Masyarakat sebagai konsumen juga semakin cerdas dan berselera tinggi terhadap *fashion*. Bhardwaj & Fairhurst (2010) mengatakan industri pakaian fashion telah berkembang secara signifikan, khususnya selama 20 tahun terakhir.

Data dari Kementrian Perindustrian, pada tahun 2016 industri tekstil dan pakaian jadi mengalami pertumbuhan sebesar 0,09% dan pada tahun 2017 mencatatkan pertumbuhan sebesar 3,83%. Sedangkan tahun 2018 pertumbuhan industri tekstil dan pakaian jadi mencapai pertumbuhan sebesar 8,73%. Pertumbuhan terbesar terjadi pada industri pakaian jadi yaitu sebesar 11,02% dari pertumbuhan sebelumnya yaitu 4,48% pada tahun 2017. Sementara pertumbuhan industri tekstil mengalami pertumbuhan sebesar 3,37% pada tahun 2018 dari pertumbuhan sebelumnya yaitu 2,33% pada tahun 2017. Selama tahun 2018 ekspor pakaian jadi mengalami kenaikan sebesar 8,86% dibanding pada tahun 2017. Pakaian jadi yang diekspor terutama pada pakaian jadi hasil produksi konveksi dan pakaian jadi berupa rajutan yang masing-masing mencapai 8,50% dan 11,73%. Sebesar 48% ekspor ditujukan ke Amerika Serikat. Namun, nilai impor pakaian jadi juga mengalami peningkatan sepanjang tahun 2018 yaitu

40,46%. Hanya lebih rendah sedikit dari tahun 2017 yang mencapai 41,27%. Adapun volume impor terbesar adalah berasal dari China yaitu mencapai 78% pada komoditi ini.

Hendrayati dan Gaffar (2015) mengatakan bahwa industri kreatif di Indonesia memainkan peran yang penting karena menyumbang kontribusi besar terhadap GDP (*Gross Domestic Product*) pada perekonomian di Indonesia. Kementerian Perindustrian terus mendorong industri busana semakin berperan penting dalam perekonomian nasional. Industri yang termasuk salah satu dari 16 kelompok industri kreatif tersebut menyumbang kontribusi terhadap PDB nasional. Kementerian Perindustrian mencatat, nilai ekspor dari industri batik nasional pada semester I tahun 2019 mencapai USD 17,99 juta. Sementara itu, sepanjang tahun 2018, tembus hingga USD 52,44 juta. Negara tujuan utama pengapalannya, antara lain ke Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa. Dalam beberapa tahun terakhir ini, dunia usaha busana khususnya *fashion* busana muslim di Tanah Air menunjukkan pertumbuhan positif. Hal ini ditandai dengan peningkatan kinerja ekspornya dan kontribusinya terhadap PDB nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), nilai ekspor fesyen pada periode Januari-Juni 2019 mencapai USD 6,62 miliar, yang terdiri dari USD 4,06 miliar ekspor pakaian jadi serta USD 2,56 miliar ekspor kulit, produk kulit dan alas kaki. Sementara itu, pada triwulan I tahun 2019, sektor industri busana tumbuh hingga 23,21%.

Berubahnya sistem penjualan dari yang dulunya secara *offline* melalui toko-toko fisik, kini telah bergeser menggunakan media *online*. Pembeli tidak perlu datang ke toko secara langsung untuk membeli barang yang diinginkannya. Penjual juga tidak perlu memiliki toko fisik untuk dapat berjualan. Pengaruh dari digitalisasi mempermudah sistem penjualan sehingga perkembangan dunia usaha busana dapat meningkat dari waktu ke waktu. Selain itu, adanya teknologi digital seperti *3D printing*, *automation*, dan *internet of things* diyakini dapat mengoptimalkan efisiensi dan produktivitas, membangun klaster industri tekstil terintegrasi dengan koneksi teknologi industri 4.0.

Menurut Firmansyah (2019) ada 5 bisnis busana wanita yang paling diminati saat ini, antara lain hijab, kebaya *ready to wear*, *nursing wear*, pakaian *beach wear*, dan piyama. Menurut Midiani et al (2015: 65-69) beberapa jenis kanal yang biasa digunakan dalam distribusi ataupun penjualan produk mode, secara wholesale atau ritel, dan didukung oleh asosiasi penjualan, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Trade Event* atau pameran dagang, merupakan sebuah kegiatan yang diadakan di tempat khusus untuk *buyer*.
- b. Pameran ritel, diadakan di tempat umum dan terbuka untuk umum dengan menjual produk yang dapat dibeli langsung oleh konsumen akhir.

- c. *Trunk Show*, adalah sebuah pentas seni peragaan busana (pakaian, alas kaki, atau aksesoris) yang memiliki fokus pada penjualan dan tidak dibuka untuk umum (hanya untuk *buyer*).
- d. *Fashion show*, adalah sebuah pentas seni peragaan busana, bisa pakaian, alas kaki, atau aksesoris yang diadakan oleh desainer secara individu atau kelompok seperti *department store*.
- e. *Fashion week*, adalah acara yang diadakan dari kalangan industri mode, biasanya berlangsung beberapa hari dalam seminggu, yang menampilkan karya terbaru dari desainer dan pemilik rumah mode dalam sebuah pertunjukan.
- f. Katalog/Buku, adalah sarana bagi penjual yang menyajikan informasi detail mengenai produk, seperti harga dan fitur produk, disertai foto produk dalam rangka mendorong penjualan.
- g. *Social media*, sebuah media online, para penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi dan berbagi, serta menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum, dan dunia virtual.
- h. *E-commerce/Daring*, merupakan suatu media untuk melakukan penjualan yang mengandalkan akses internet.
- i. *Distribution Outlet*, atau distro adalah jenis toko yang menjual pakaian dan aksesoris yang dititipkan oleh pembuat pakaian yang diproduksi sendiri.

- j. *Factory Outlet*, merupakan istilah yang dipakai toko yang khusus menjual produk sebuah pabrik, biasanya merupakan produk dengan merek terkenal.
- k. *Showroom*, adalah ruang atau tempat yang digunakan untuk memamerkan suatu produk dengan tujuan menampilkan koleksi dari merek tertentu yang akan dijual.
- l. *Department Store*, merupakan toko serba ada yang menjual barang eceran dari berbagai macam merek yang menjual pakaian, sepatu, tas, parfum, dan kebutuhan gaya hidup lainnya.
- m. *Specialty Store*, atau umum disebut sebagai butik adalah toko pengecer yang menjual merek tertentu dengan jumlah terbatas.
- n. *Merek endorser*, adalah individu yang mendapatkan insentif dari merek, baik bersifat tangible/uang dan intangible/bukan uang, dalam menyampaikan berita baik tentang suatu merek.
- o. *Merek ambassador*, adalah individu pemakai merek yang sangat menyukai produk tersebut sehingga mereka dengan sukarela mau merekomendasikannya kepada orang lain.
- p. Media cetak/elektronik, adalah jenis dari media massa yang merupakan media informasi di masyarakat. Media cetak dapat berupa majalah, surat kabar atau tabloid, sedangkan media elektronik dapat berupa televisi atau radio.

3. Sikap

a. Konsep Sikap

Sikap dalam Bahasa Inggris disebut dengan “attitude” yang digunakan untuk menunjukkan status mental seseorang. Sikap merupakan suatu reaksi yang timbul dari diri seseorang yang disebabkan oleh suatu pengaruh terhadap dirinya baik dari sesuatu maupun seseorang. Sikap juga dapat dikatakan sebagai tolok ukur terhadap suatu objek. Sikap dapat mengindikasikan suatu hal yang positif atau negatif tergantung pada objek sikap yang dihadapinya. Fishbein (1975) dalam Ali dan Asrori (2012: 141) mendefinisikan sikap adalah “predisposisi emosional yang dipelajari untuk merespons secara konsisten terhadap suatu objek”.

Gerungan (1991) menjelaskan bahwa pengertian *attitude* itu dapat diterjemahkan dengan kata sikap terhadap objek tertentu, yang merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap tersebut disertai oleh kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap terhadap objek tadi.

Menurut Kerlinger (1990), sikap (*attitude*) adalah kecenderungan atau kecenderungan yang tertata untuk berpikir, merasa, menceraap, dan berperilaku terhadap sesuatu referensi atau objek kognitif. Sikap merupakan struktur yang awet (tahan waktu) yang terdiri atas pandangan dan keyakinan yang mencenderungkan individu untuk berperilaku selektif terhadap referensi-referensi sikap. Sedangkan referensi (*referent*) dalam Winarno (2012: 22) adalah “suatu kategori, kelompok, atau himpunan *fenomena* seperti objek-objek fisik, kejadian, perilaku, bahkan konstruksi”.

b. Ciri-ciri Sikap

Sikap memiliki ciri-ciri tertentu. Ciri-ciri sikap menurut Walgito (2003: 113-114) adalah sebagai berikut:

1) Sikap tidak dibawa sejak lahir

Sikap manusia pada waktu dilahirkan belum membawa sikap-sikap tertentu terhadap sesuatu objek. Karena sikap tidak dibawa sejak individu dilahirkan, ini berarti sikap terbentuk dalam perkembangan individu bersangkutan. Sikap itu mempunyai kecenderungan stabil, sekalipun sikap itu dapat mengalami perubahan.

2) Sikap itu selalu berhubungan dengan objek sikap

Sikap selalu terbentuk atau dipelajari dalam hubungannya dengan objek objek tertentu, yaitu melalui proses persepsi terhadap objek tersebut. Hubungan positif atau negatif antara individu dengan objek tertentu akan menimbulkan sikap tertentu pula dari individu terhadap objek tersebut.

3) Sikap dapat tertuju pada satu objek saja, tetapi dapat juga tertuju pada sekumpulan objek-objek

Apabila seseorang mempunyai sikap negatif pada seseorang, orang tersebut akan mempunyai kecenderungan untuk menunjukkan sikap yang negatif pula kepada kelompok Di mana seseorang tersebut tergabung di dalamnya. Disini ada kecenderungan untuk menggeneralisasikan objek sikap.

4) Sikap itu dapat berlangsung lama atau sebentar

Sesuatu sikap yang telah terbentuk dan merupakan nilai kehidupan seseorang maka sikap tersebut akan bertahan lama dan sulit dirubah. Sebaliknya jika sikap itu belum mendalam pada dirinya maka tidak akan bertahan lama dan cepat berubah.

5) Sikap mengandung faktor perasaan dan motivasi

Sikap terhadap sesuatu objek tertentu akan selalu diikuti oleh perasaan tertentu yang dapat bersifat positif (yang menyenangkan) tetapi juga bersifat negatif (tidak menyenangkan) terhadap objek tersebut. Di samping itu sikap juga mengandung motivasi, ini berarti sikap itu mempunyai daya dorong bagi individu untuk berperilaku secara tertentu terhadap objek yang dihadapinya.

Gerungan (1991: 151-152) menyebutkan ciri-ciri sikap (*attitude*) adalah sebagai berikut:

- 1) *Attitude* bukan dibawa orang sejak ia dilahirkan, melainkan dibentuk atau dipelajarinya sepanjang perkembangan orang itu dalam hubungan dengan objeknya.
- 2) *Attitude* itu dapat berubah-ubah, karena itu *attitude* dapat dipelajari orang; atau sebaliknya, *attitude-attitude* itu dapat dipelajari, karena itu *attitude-attitude* dapat berubah pada orang-orang bila terdapat keadaan-keadaan dan syarat-syarat tertentu yang mempermudah berubahnya *attitude* pada orang itu.

- 3) *Attitude* itu tidak berdiri sendiri, tetapi senantiasa mengandung relasi tertentu terhadap suatu objek. Dengan kata lain, *attitude* itu terbentuk, dipelajari, atau berubah senantiasa berkenaan dengan suatu objek tertentu yang dapat dirumuskan dengan jelas.
- 4) Objek *attitude* itu dapat merupakan satu hal tertentu, tapi dapat juga merupakan kumpulan dari hal-hal tersebut. Jadi *attitude* itu dapat berkenaan dengan satu objek saja, tetapi juga berkenaan dengan sederetan objek-objek yang serupa.
- 5) *Attitude* mempunyai segi-segi motivasi dan segi-segi perasaan. Sifat inilah yang membedakan *attitude* dengan kecakapan-kecakapan atau pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki orang.

c. Karakteristik Sikap

Sax (1980) dalam Azwar (2016) menunjukkan karakteristik (dimensi) sikap yaitu arah, intensitas, keluasan, konsistensi dan spontanitasnya. Dari beberapa karakteristik tersebut dijelaskan secara rinci sebagai berikut :

- 1) Arah, artinya sikap terpilah pada dua arah kesetujuan yaitu apakah setuju atau tidak setuju, apakah mendukung atau tidak mendukung, apakah memihak atau tidak memihak terhadap sesuatu atau seseorang sebagai objek sikap. Orang yang setuju, mendukung atau memihak terhadap suatu objek sikap berarti memiliki sikap yang arahnya positif. Sebaliknya mereka yang tidak setuju atau tidak mendukung dikatakan sebagai memiliki sikap yang arahnya negatif.

- 2) Intensitas, artinya kedalaman atau kekuatan sikap terhadap sesuatu belum tentu sama walaupun arahnya mungkin tidak berbeda. Dua orang yang sama tidak sukanya terhadap sesuatu, yaitu sama-sama memiliki sikap yang berarah negatif belum tentu memiliki sikap negatif yang sama intensitasnya. Orang pertama mungkin tidak setuju tapi orang kedua dapat saja sangat tidak setuju. Begitu juga sikap yang positif dapat berbeda kedalamannya bagi setiap orang, mulai dari agak setuju sampai pada kesetujuan yang ekstrim.
- 3) Keluasan, maksudnya kesetujuan atau ketidaksetujuan terhadap suatu objek sikap dapat mengenai hanya aspek yang sedikit dan sangat spesifik akan tetapi dapat pula mencakup banyak sekali aspek yang ada pada objek sikap. Seseorang dapat mempunyai sikap favorabel terhadap program keluarga berencana secara menyeluruh, yaitu pada semua aspek dan kegiatan keluarga berencana sedangkan orang lain mungkin mempunyai sikap positif yang lebih terbatas (sempit) dengan hanya setuju pada aspek-aspek tertentu saja pada kegiatan keluarga berencana tersebut.
- 4) Konsistensi, maksudnya kesesuaian antara pernyataan sikap yang dikemukakan dengan responsnya terhadap objek sikap dimaksud. Konsistensi sikap diperlihatkan oleh kesesuaian sikap antar waktu. Untuk dapat konsisten, sikap harus bertahan dalam diri individu untuk waktu yang relatif panjang. Sikap yang sangat cepat berubah, yang labil, tidak dapat bertahan lama, dikatakan sebagai sikap yang inkonsisten.

5) Spontanitas, yaitu menyangkut sejauh mana kesiapan individu untuk menyatakan sikapnya secara spontan. Sikap dikatakan memiliki spontanitas yang tinggi apabila dapat dinyatakan secara terbuka tanpa harus melakukan pengungkapan atau desakan lebih dahulu agar individu mengemukakannya.

c. Komponen Sikap

Berdasarkan skema triadik Azwar (2016), struktur sikap terdiri atas tiga komponen yang saling menunjang yaitu komponen kognitif (*cognitive*), komponen afektif (*affective*), dan komponen konatif (*conative*). Penjelasannya adalah sebagai berikut:

- 1) Komponen kognitif berisi kepercayaan seseorang mengenai apa yang berlaku atau apa yang benar bagi objek sikap. Kepercayaan datang dari apa yang telah kita lihat atau apa yang telah kita ketahui. Berdasarkan apa yang telah kita lihat itu kemudian terbentuk suatu ide atau gagasan mengenai sifat atau karakteristik umum suatu objek.
- 2) Komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Secara umum, komponen ini disamakan dengan perasaan yang dimiliki terhadap sesuatu. Namun, pengertian perasaan pribadi seringkali sangat berbeda perwujudannya bila dikaitkan dengan sikap. Pada umumnya, reaksi emosional yang merupakan komponen afektif ini banyak dipengaruhi oleh kepercayaan atau apa yang kita percayai sebagai benar dan berlaku bagi objek yang termaksud.

3) Komponen perilaku atau komponen konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Kaitan ini didasari oleh asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku. Maksudnya, bagaimana orang berperilaku dalam situasi tertentu dan terhadap stimulus tertentu akan banyak ditentukan oleh bagaimana kepercayaan dan perasaannya terhadap stimulus tersebut.

d. Pembentuk Sikap

Pembentukan sebuah sikap itu sendiri tidak terjadi secara begitu saja. Terdapat proses yang panjang melalui interaksi antarmanusia berkenaan dengan objek tertentu. Sikap dapat berubah tergantung kepada diri masing-masing atau faktor internal, dapat pula dipengaruhi oleh faktor dari luar atau eksternal. Azwar (2016) mengemukakan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap adalah:

1) Pengalaman Pribadi

Untuk dapat menjadi dasar pembentukan sikap, pengalaman pribadi haruslah meninggalkan kesan yang kuat. Hal tersebut melibatkan keadaan emosional agar penghayatan akan pengalaman lebih mendalam dan lebih lama membekas. Namun dinamika ini tidaklah sederhana dikarenakan suatu pengalaman tunggal yang jarang sekali menjadi dasar pembentukan sikap. Pengalaman yang pahit sekalipun jarang untuk

dapat terlepas dari ingatan seseorang meskipun terdapat suatu kesan manis dari pengalaman itu sendiri.

2) Kebudayaan

Kebudayaan mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembentukan sikap seseorang. Tanpa kita sadari kebudayaan telah menanamkan garis pengaruh sikap kita terhadap berbagai masalah. Kebudayaan juga telah mewarnai sikap dan memberi corak pengalaman kepada individu yang menjadi anggota masyarakat asuhannya. Hanya kepribadian individu yang telah mapan dan kuatlah yang dapat memudahkan dominasi kebudayaan dalam pembentukan sikap individu.

3) Orang lain yang dianggap penting

Orang lain di sekitar kita merupakan salah satu di antara komponen sosial yang ikut memengaruhi sikap kita. Seseorang akan meniru dan bersikap sama seperti orang lain jika orang tersebut dianggap memang pantas untuk dijadikan panutan.

4) Media Massa

Pengaruh media massa tidaklah terlalu besar dalam interaksi individu secara langsung, namun dalam proses pembentukan dan perubahan sikap, peranan media massa tidak kecil artinya. Dalam penyampaian informasi sebagai tugas pokoknya, media massa membawa pula pesan-pesan yang berisi sugesti yang dapat mengarahkan opini seseorang.

5) Lembaga Pendidikan dan Lembaga Agama

Lembaga pendidikan serta lembaga agama sebagai suatu sistem mempunyai pengaruh dalam pembentukan sikap dikarenakan keduanya meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri individu. Konsep moral dan ajaran agama sangat menentukan sistem kepercayaan maka tidaklah mengherankan kalau pada gilirannya kemudian konsep tersebut ikut berperan dalam menentukan sikap individu.

6) Emosi

Suatu pembentukan sikap seseorang tidaklah ditentukan oleh situasi lingkungan dan pengalaman pribadi seseorang namun suatu sikap merupakan pernyataan yang didasari suatu emosi yang berfungsi sebagai semacam penyaluran frustrasi atau pengalihan bentuk mekanisme pertahanan ego. Suatu sikap yang didasari emosional adalah prasangka yaitu sikap yang tidak toleran terhadap sekelompok orang.

e. Pengukuran Sikap

Ali dan Asrori (2012: 142) “sikap merupakan salah satu aspek psikologis individu yang sangat penting karena sikap merupakan kecenderungan untuk berperilaku sehingga banyak mempengaruhi perilaku seseorang. Sikap setiap orang berbeda-beda, baik kualitas maupun jenisnya sehingga sikap individu menjadi bervariasi”. Beberapa tipe skala sikap telah dikembangkan untuk mengukur sikap individu, kelompok, maupun massa untuk mengukur pendapat umum sebagai dasar penaksiran dan penilaian sikap.

Berdasarkan beberapa teknik atau skala sikap yang dapat digunakan, ada dua skala sikap yang utama dan dikenal sangat luas, yaitu skala Likert dan skala Thrustone. Skala Likert disajikan dalam satu seri pertanyaan-pertanyaan sederhana. Kemudian responden diukur sikapnya untuk menjawab dengan cara memilih salah satu pilihan jawaban yang telah disediakan, yaitu:

- 1) Sangat setuju
- 2) Setuju
- 3) Ragu-ragu
- 4) Tidak setuju
- 5) Sangat tidak setuju

Skala Thrustone dalam Ali dan Asrori (2012) terdapat sejumlah pernyataan derajat-derajat kekuatan yang berbeda-beda dan responden/subjek yang bersangkutan dapat menyatakan persetujuan atau penolakan terhadap pernyataan-pernyataan tersebut. Butir-butir pernyataannya dipilih sedemikian rupa sehingga tersusun sepanjang satu skala interval-sama, dari yang sangat menyenangkan sampai dengan yang sangat tidak menyenangkan.

4. Sikap dalam Merespon Perkembangan Dunia Usaha Busana di Indonesia

Sikap dalam merespon perkembangan dunia usaha busana di Indonesia didefinisikan sebagai bagaimana bentuk respon siswa berdasarkan kesannya terhadap perkembangan dunia usaha busana di Indonesia saat ini. Menurut

Azwar (2016) dalam menentukan tindakan dan bertingkah laku terhadap suatu objek seseorang menyertakan perasaan positif dan negatif. Hal tersebut sesuai dengan karakteristik sikap yaitu arah, Di mana arah sikap dinyatakan pada arah positif dan negatif.

Notoatmodjo (2003) menyampaikan bahwa sikap terdiri dari tingkatan, antara lain :

1) Menerima (*Receiving*)

Menerima diartikan bahwa orang (subyek) mau dan memperhatikan stimulus yang diberikan (objek).

2) Merespon (*Responding*)

Memberikan jawaban apabila ditanya, mengerjakan sesuatu dan menyelesaikan tugas yang diberikan adalah suatu indikasi dari sikap.

3) Menghargai (*Valuting*)

Mengajak orang lain untuk mengerjakan/mendiskusikan suatu masalah adalah suatu indikasi sikap.

4) Bertanggung jawab (*Responsile*)

Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang telah dipilihnya dengan segala resiko adalah merupakan sikap yang paling tinggi.

Merespon merupakan tingkatan kedua dari sikap. Ada tiga macam bentuk respon, yaitu memberikan jawaban, mengerjakan sesuatu, dan menyelesaikan suatu tugas. Artinya, terdapat tiga bentuk respon berbeda yang akan diberikan oleh seseorang apabila dihadapkan pada suatu objek sikap. Pertama, memberikan jawaban atas sebuah pertanyaan yang

diajukan. Bentuk respon ini memperlihatkan bahwa seseorang akan memberikan umpan balik sebatas kata atau kalimat yang menggambarkan persepsinya terhadap suatu objek yang diajukan. Kedua, mengerjakan sesuatu adalah bentuk tindakan yang nyata dilakukan setelah mendapat stimulus. Kemudian yang ketiga, menyelesaikan suatu tugas yaitu melanjutkan tindakan hingga tindakan tersebut dirasa cukup. Ketiga bentuk respon tersebut apabila salah satunya dilakukan maka akan mengindikasikan adanya sikap terhadap suatu objek tertentu.

5. Minat

a. Konsep Minat

Secara garis besar, minat memiliki dua pengertian. Pertama, usaha dan kemauan untuk mempelajari (*Learning*) dan mencari sesuatu. Kedua merupakan dorongan pribadi seseorang dalam mencapai tujuan tertentu. Pengertian minat menurut bahasa (Etimologi), ialah usaha dan kemauan untuk mempelajari (*Learning*) dan mencari sesuatu. Secara terminologi, minat adalah keinginan, kesukaan dan kemauan terhadap sesuatu hal. Minat dapat diartikan sebagai ketertarikan seseorang terhadap sesuatu. Seseorang dapat melakukan sesuatu atau mencaritahu tentang sesuatu secara lebih mendalam dikarenakan ada minat di dalam dirinya. Minat timbul karena sebuah ketertarikan . Minat menurut Hilgard dalam Slameto (2013) memberikan rumusan minat adalah “*interest is persisting tendency to pay attention to and enjoy some activity or content*” yang artinya, minat adalah kecenderungan yang ada untuk memperhatikan dan menikmati beberapa aktivitas atau konten. Crow & Crow dalam Djaali (2007) mengatakan minat

berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

b. Ciri-ciri Minat

Hurlock (1978) dalam Aris (2012) berpendapat tentang ciri-ciri minat anak yang sebagai berikut:

- 1) Minat yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan fisik.
- 2) Minat tergantung pada kesiapan belajar.
- 3) Minat bergantung pada kesempatan belajar.
- 4) Perkembangan minat mungkin terbatas.
- 5) Minat dipengaruhi budaya.
- 6) Minat berbobot emosional.
- 7) Minat itu egoseuntris.

c. Minat Berwirausaha

Alain, Benoit dan Narcissi (2006) Perspektif dan kepercayaan siswa terhadap kewirausahaan adalah hasil dari lingkungan sosial dan budaya langsung mereka. Akibatnya, orientasi dan perilaku lulusan muda dan muda dipengaruhi oleh berbagai variabel individu dan ekologis, yang menyiratkan bahwa keputusan dan keinginan menjadi wirausaha atau karyawan adalah cerminan dari kekuatan lingkungan dan ekonomi. Teixeira dan Davey (2008) Banyak penelitian telah mengungkapkan bahwa wirausahawan tidak dikandung secara alami tetapi dibuat melalui lingkungan dan pengalaman mereka saat mereka berkembang dan belajar, dipengaruhi oleh wali, mentor,

tutor, instruktur panutan selama proses pengembangan mereka. McClelland (1961) menegaskan bahwa kebutuhan akan prestasi adalah sifat kewirausahaan yang kuat. Winkel (2004: 212) minat diartikan sebagai “kecenderungan subyek yang menetap untuk tertarik pada bidang studi atau pokok bahasan tertentu dan merasa senang mempelajari materi itu”. Penelitian Subandono (2007: 18), “minat wirausaha adalah kecenderungan hati dalam diri subjek untuk tertarik menciptakan suatu usaha yang kemudian mengorganisir, mengatur, menanggung risiko dan mengembangkan usaha yang diciptakannya tersebut”.

d. Faktor yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha

Hendro (2011) menyampaikan faktor-faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk menjadi wirausaha adalah sebagai berikut:

- 1) Faktor individu/personal
- 2) Suasana kerja yang tidak nyaman
- 3) Tingkat pendidikan
- 4) Kepribadian
- 5) Prestasi pendidikan
- 6) Dorongan keluarga
- 7) Lingkungan dan pergaulan
- 8) Ingin lebih dihargai atau *Self-esteem*
- 9) Keterpaksaan dan keadaan

Menurut Basrowi (2014) faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha yaitu terdapat faktor internal dan faktor eksternal, sehingga dijelaskan sebagai berikut:

1) Faktor internal yaitu segenap pikiran emosi dan persoalan dari dalam diri seseorang yang mempengaruhi minat sehingga tidak dapat dipisahkan. Faktor internal ini terdiri dari :

a) Motivasi

Motivasi merupakan proses psikologis yang mendasar dan merupakan salah satu unsur yang dapat menjelaskan perilaku seseorang. Motivasi merupakan salah satu faktor penentu dalam pencapaian tujuan.

b) Faktor kemampuan

Kemampuan adalah suatu kecakapan seseorang dalam bidang tertentu yang dapat diperoleh dari hasil belajar, melalui pendidikan formal maupun pendidikan non formal, dengan adanya kemampuan dalam berwirausaha tentu akan menimbulkan minat berwirausaha.

c) Perasaan senang

Perasaan erat hubungannya dengan pribadi seseorang maka tanggapan perasaan seseorang terhadap suatu hal tidaklah sama antar orang yang satu dengan orang yang lain. Perasaan terhadap bidang wirausaha dapat menimbulkan minat berwirausaha.

2) Faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar diri seseorang yang dapat mempengaruhi minatnya. Faktor eksternal terdiri dari:

a) Faktor keluarga

Keluarga mempunyai peran penting dalam mempersiapkan anak untuk mencapai masa depan yang lebih baik bagi diri sendiri, keluarga dan masyarakat, dengan adanya dorongan dari orang tua dan keluarganya dapat mempengaruhi seseorang dalam memupuk minat berwirausaha.

b) Faktor lingkungan sekolah

Sekolah merupakan lingkungan yang sangat potensial untuk mendorong peserta didik dalam pengembangan minat.

c) Faktor lingkungan masyarakat

Faktor lingkungan masyarakat yang mempengaruhi minat berwirausaha seperti lingkungan masyarakat serta nilai-nilai yang tumbuh dalam masyarakat tersebut, pergaulan dengan teman sebaya, surat kabar, dan televisi.

6. Indikator Sikap dalam Merespon Perkembangan Dunia Usaha Busana di Indonesia

Berdasarkan teori yang telah disampaikan sebelumnya, maka ditentukan indikator-indikator yang diambil berdasarkan faktor pembentuk sikap.

Indikator-indikator tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengalaman Pribadi

Pengalaman ialah hasil persentuhan alam dengan panca indra manusia. Berasal dari kata peng-alam-an. Vardiansyah (2008) mengatakan bahwa pengalaman memungkinkan seseorang menjadi tahu dan hasil tahu ini kemudian disebut pengetahuan. Pengalaman merupakan sesuatu yang

dialami seseorang dan memberikan kesan tertentu yang tidak mudah dilupakan. Pengalaman memberikan sebuah pembelajaran bagi yang mengalaminya. Pengalaman pribadi merupakan pengalaman yang secara khusus dialami oleh seseorang dan tidak dialami oleh orang lain secara sama, Di mana pengalaman tersebut memberikan sebuah pengetahuan baru yang dapat dijadikan sebagai pembelajaran dari hal yang telah dialami sebelumnya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan sub indikator yang dapat menggambarkan pengalaman pribadi sebagai indikator pada sikap dalam merespon perkembangan dunia usaha busana di Indonesia adalah kesan pribadi, mencoba hal baru, serta pengetahuan baru.

b. Kebudayaan

Koentjaraningrat (1980) mendefinisikan kebudayaan sebagai “keseluruhan dari hasil budi dan karya”, dengan kata lain “kebudayaan adalah keseluruhan dari apa yang pernah dihasilkan oleh manusia karena pemikiran dan karyanya”. Jadi, kebudayaan merupakan produk dari budaya. Menurut Tylor (1974) kebudayaan merupakan keseluruhan yang kompleks, yang di dalamnya terkandung pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kemampuan-kemampuan lain yang didapat seseorang sebagai anggota masyarakat. Disimpulkan bahwa kebudayaan yang terkait dengan sikap dalam merespon perkembangan dunia usaha busna adalah pernghormatan terhadap adat istiadat, kesesuaian dengan budaya lokal, dan mengadopsi budaya luar.

c. Tokoh Panutan

Tokoh panutan disebut juga dengan istilah *Public Figure*. *Public Figure* berasal dari Bahasa Inggris yang memiliki arti sosok atau tokoh yang dikenal secara luas oleh masyarakat umum. Namun di Indonesia sendiri penggunaan kata sosok atau tokoh masyarakat lebih cenderung dipakai untuk menggambarkan/menyebut pejabat, pemuka adat, kepala suku atau orang-orang dari instansi pemerintahan. Sedangkan kata *Public Figure* sendiri cenderung digunakan oleh kita sebagai sebutan kepada artis, penyanyi, pesinetron, dan mereka yang sering muncul di layar kaca. Indikator tokoh panutan yang mempengaruhi sikap dalam merespon perkembangan dunia usaha busana adalah pengaruh tokoh terkenal, meniru gaya berbusana tokoh panutan, dan meniru gaya berbusana teman.

d. Media Massa

Menurut UU No. 40 tahun 1999 tentang Pers, Media Massa atau sering juga disebut sebagai Pers adalah lembaga sosial dan wahana komunikasi massa yang melaksanakan kegiatan jurnalistik yang meliputi mencari, memperoleh, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi baik dalam bentuk tulisan, suara, gambar, suara dan gambar, serta data dan grafik maupun dalam bentuk lainnya dengan menggunakan media cetak, media elektronik, dan segala jenis saluran yang tersedia. Menurut Cangara (2002) media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan-pesan dari sumber kepada khalayak (menerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi

mekanis seperti surat kabar, film, radio, TV. Media massa adalah faktor lingkungan yang mengubah perilaku khalayak melalui proses pelaziman klasik, pelaziman operan atau proses imitasi (belajar sosial). Rakhmat (2001) mengatakan dua fungsi dari media massa adalah media massa memenuhi kebutuhan akan fantasi dan informasi. Media massa yang saat ini dapat mempengaruhi sikap dalam merespon perkembangan dunia usaha busana di Indonesia adalah media sosial dan internet.

e. Agama

Agama sebagai seperangkat aturan dan peraturan yang mengatur hubungan manusia dengan dunia gaib, khususnya dengan Tuhannya, mengatur hubungan manusia dengan manusia lainnya, dan mengatur hubungan manusia dengan lingkungannya. Secara khusus, agama didefinisikan sebagai suatu sistem keyakinan yang dianut dan tindakan-tindakan yang diwujudkan oleh suatu kelompok atau masyarakat dalam menginterpretasi dan memberi tanggapan terhadap apa yang dirasakan dan diyakini sebagai yang gaib dan suci. Berdasarkan Suparlan (1988) bagi para penganutnya, agama berisikan ajaran-ajaran mengenai kebenaran tertinggi dan mutlak tentang eksistensi manusia dan petunjuk-petunjuk untuk hidup selamat di dunia dan di akhirat, karena itu pula agama dapat menjadi bagian dan inti dari sistem-sistem nilai yang ada dalam kebudayaan dari masyarakat yang bersangkutan, dan menjadi pendorong serta pengontrol bagi tindakan-tindakan para anggota masyarakat tersebut untuk tetap berjalan sesuai dengan nilai-nilai kebudayaan dan ajaran-ajaran agamanya. Menurut Émile

Durkheim, arti agama adalah suatu sistem yang terdiri dari kepercayaan serta praktik yang berhubungan dengan hal suci dan menyatukan para penganutnya dalam suatu komunitas moral (umat). Moral merupakan kaidah norma dan pranata yang mengatur perilaku individu dalam hubungannya dengan kelompok sosial dan masyarakat. “Moral merupakan standar baik-buruk yang ditentukan bagi individu oleh nilai-nilai sosial budaya di mana individu sebagai anggota sosial” Rogers (1985) dalam Ali dan Asrori (2012: 136). Agama juga memiliki aturan-aturan di dalamnya, yang harus dipatuhi oleh para penganutnya. Indikator yang dapat menjelaskan lebih dalam mengenai pengaruh faktor agama terhadap sikap dalam merespon perkembangan dunia usaha busana di Indonesia adalah moral, kepercayaan, dan unsur busana muslim dalam trend.

f. Emosi

Menurut English dan English dalam Yusuf LN (2010: 114-115), emosi adalah “*A complex feeling state accompanied by characteristic motor and glandular activities*” (suatu keadaan perasaan yang kompleks yang disertai karakteristik kegiatan kelenjar dan motoris). Sedangkan Sarlito Wirawan Sarwono dalam Yusuf LN (2010: 115) berpendapat bahwa “emosi merupakan setiap keadaan pada diri seseorang yang disertai warna afektif baik pada tingkat lemah (dangkal) maupun pada tingkat yang luas (mendalam)”. Warna afektif yang dimaksud dalam pengertian tersebut adalah perasaan-perasaan tertentu yang dialami pada saat

menghadapi (menghayati) suatu situasi tertentu. Contohnya: gembira, bahagia, putus asa, terkejut, benci (tidak senang), dan sebagainya. Emosi sebagai indikator sikap dalam merespon perkembangan dunia usaha busana di Indonesia digambarkan sebagai perasaan suka, harga diri, dan hasrat atau keinginan.

7. Indikator Minat Berwirausaha di Dunia Usaha Busana

Indikator minat berwirausaha di dunia usaha busana berasal dari faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha. Pengukuran minat berwirausaha menggunakan faktor-faktor internal dan eksternal yang akan dijelaskan secara lebih rinci seperti berikut ini :

a. Faktor Internal

1) Kepribadian

Kepribadian atau personalitas adalah segala bentuk perilaku, sifat dan tingkah laku yang khas pada diri seseorang yang digunakan untuk berinteraksi dengan orang lain serta menyesuaikan diri dengan lingkungan, sehingga membentuk corak tingkah laku yang menjadi kesatuan fungsional yang khas pada setiap individu. Menurut Weller (2005), kepribadian merupakan jumlah total kecenderungan bawaan atau hereditas dengan berbagai pengaruh dari lingkungan serta pendidikan, yang membentuk kondisi kejiwaan seseorang dan memengaruhi sikapnya terhadap kehidupan. Feist et al (2009) mengatakan bahwa kepribadian mencakup sistem fisik dan psikologis meliputi perilaku yang terlihat dan pikiran yang tidak terlihat, serta tidak hanya merupakan sesuatu, tetapi melakukan sesuatu. Kepribadian

adalah substansi dan perubahan, produk dan proses serta struktur dan perkembangan. Menurut Heuken et al (1979) kepribadian adalah pola menyeluruh semua kemampuan, perbuatan serta kebiasaan seseorang, baik yang jasmani, mental, rohani, emosional maupun yang sosial. Semuanya ini telah ditatanya dalam caranya yang khas di bawah beraneka pengaruh dari luar. Pola ini terwujud dalam tingkah lakunya, dalam usahanya menjadi manusia sebagaimana dikehendakinya. Berdasarkan teori yang telah disampaikan di atas maka dapat diambil dua sub indikator yang dapat menggambarkan indikator kepribadian sebagai faktor internal pembentuk minat berwirausaha yaitu sifat berani dan sifat percaya diri. Kedua sifat tersebut termasuk dalam ciri-ciri watak wirausaha atau karakteristik wirusaha yaitu percaya diri dan berani mengambil resiko.

2) *Self-esteem*

Coopersmith (1967) mengemukakan bahwa *self-esteem* adalah penilaian diri yang dilakukan oleh individu yang berkaitan dengan dirinya sendiri, yang mencerminkan sikap penerimaan dan penolakan, dan menunjukkan seberapa jauh individu tersebut percaya bahwa dirinya mampu, penting, berhasil, serta berharga. Menurut Baron dan Byrne (2005) *self-esteem* adalah evaluasi diri yang dibuat oleh masing-masing individu; sikap seseorang terhadap dirinya sendiri di sepanjang dimensi positif-negatif. *Self-esteem* merupakan keinginan untuk bisa dihargai oleh orang-orang di sekelilingnya. Sesuai dengan teori yang telah disampaikan di atas, sub indikator yang lebih mengerucut untuk

menjelaskan indikator *self-esteem* adalah melatih kemandirian, ingin terlihat baik, ingin mendapat status sosial.

3) Motivasi

Teori motivasi menurut Robbin (2003) yang mengatakan bahwa suatu proses yang menghasilkan suatu intensitas, arah dan ketekunan individual dalam usaha untuk mencapai satu tujuan. Sementara motivasi umum bersangkutan dengan upaya ke arah setiap tujuan. Sedangkan pada Adair (2007:192) “Motivasi adalah apa yang membuat orang melakukan sesuatu, tetapi arti yang lebih penting dari kata ini adalah bahwa motivasi adalah apa yang membuat orang benar-benar berusaha dan mengeluarkan energi demi apa yang mereka lakukan”. Definisi yang sederhana dari kata ‘motivasi’ mungkin "membuat orang mengerjakan apa yang harus dikerjakan dengan rela dan baik". Disimpulkan bahwa inti dari motivasi dalam minat berwirausaha adalah ingin sukses, menyukai tantangan, dan memiliki cita-cita. Sub indikator tersebut terkait dengan ciri-ciri atau karakteristik wirausaha itu sendiri.

4) Perasaan Senang

Perasaan adalah suatu keadaan dalam kesadaran manusia yang karena pengaruh pengetahuannya dinilai sebagai keadaan positif dan negatif. Perasaan senang dapat disebut juga sebagai kebahagiaan. Sumner dalam Veenhoven (2006) menggambarkan kebahagiaan sebagai memiliki jenis sikap positif terhadap kehidupan, di mana sepenuhnya merupakan bentuk kepemilikan dari komponen kognitif dan afektif. Aspek kognitif dari kebahagiaan terdiri dari suatu evaluasi positif terhadap kehidupan,

yang diukur baik melalui standar atau harapan, dari segi afektif kebahagiaan terdiri dari apa yang kita sebut secara umum sebagai suatu rasa kesejahteraan (*sense of well being*), menemukan kekayaan hidup atau menguntungkan atau perasaan puas atau dipenuhi hal-hal tersebut. Perasaan senang dapat digambarkan sebagai persepsi positif dan perasaan puas sebagai sub indikator apabila dikaitkan dengan minat berwirausaha.

b. Faktor Eksternal

1) Lingkungan keluarga

Menurut Ali dan Asrori (2012) ada sejumlah faktor dari dalam keluarga yang dibutuhkan oleh seorang anak dalam proses perkembangan sosialnya, yaitu kebutuhan akan rasa aman, dihargai, disayangi, diterima, dan kebebasan untuk menyatakan diri. Faktor-faktor tersebut menimbulkan dorongan positif dalam diri seseorang untuk melakukan sesuatu. Indikator lingkungan keluarga jika dikaitkan dengan minat berwirausaha maka dipengaruhi oleh dukungan keluarga, ingin membanggakan keluarga, dan ingin membantu perekonomian keluarga.

2) Lingkungan dan Pergaulan

Lingkungan adalah segala sesuatu yang ada di sekitar kita dan mempengaruhi perkembangan manusia. Menurut Zoer'aini (2003) lingkungan adalah suatu sistem kompleks yang berada di luar individu yang mempengaruhi pertumbuhan dan perkembangan organisme. Purwanto (2004) menyatakan lingkungan sosial adalah semua orang/manusia yang mempengaruhi kita. Pengaruh lingkungan sosial

tersebut mempengaruhi kita secara langsung atau tidak langsung. Ahmadi dan Ubhiyati (2001) mengatakan bahwa pergaulan adalah kontak langsung antara satu individu dengan individu lain. Lingkungan pergaulan adalah tempat berkembangnya perilaku terhadap kebiasaan yang ada di lingkungan. Lingkungan masyarakat yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha antara lain tetangga, persepsi masyarakat sekitar, dan kepedulian terhadap masyarakat.

3) Lingkungan Sekolah

Lingkungan sekolah adalah lembaga formal yang diberi tanggung jawab untuk meningkatkan perkembangan siswa. Lingkungan sekolah merupakan tempat mengalirnya informasi dari dunia usaha yang berasal dari guru dan teman sebaya melalui mata pelajaran kewirausahaan yang diajarkan di sekolah. Sekolah memberikan kesempatan kepada siswa untuk berdialog dengan para ahli dan berpengalaman dalam berbagai bidang ilmu pengetahuan. Sarana dan prasarana seperti yang ada di sekolah juga dapat mendukung siswa dalam mengembangkan diri. Lingkungan sekolah yang dapat mempengaruhi minat berwirausaha siswa antara lain teman, guru, serta sarana dan prasarana/fasilitas.

B. Kajian Penelitian yang Relevan

Manfaat dari penelitian yang relevan yaitu sebagai acuan agar penelitian yang sedang dilakukan menjadi lebih jelas. Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu sebagai berikut.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Arni Mariasiwi (2010) yang berjudul “Hubungan Sikap Wirausaha dengan Minat Berwirausaha Ditinjau dari Status Sosial Ekonomi Orang Tua”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif-eksploratif yang dilakukan dengan studi kasus. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi dengan jumlah 399 orang, dan diambil sejumlah 163 orang mahasiswa sebagai sampel dengan teknik *Purposive Sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh: (1) jenis pekerjaan orang tua ($p=0,833 > \alpha=0,05$); (2) tingkat pendapatan orang tua ($p=0,152 > \alpha=0,05$); (3) tingkat pendidikan orang tua ($p=0,535 > \alpha=0,05$) terhadap hubungan antara sikap wirausaha dengan minat berwirausaha.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Krista Riama Purba (2012) yang berjudul “Persepsi Dunia Usaha dan Industri Busana terhadap Peserta Magang Siswa SMK Negeri 10 Kelas XI Tata Busana pada Praktek Kerja Lapangan (PKL)”. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan subjek penelitian adalah pimpinan/pembimbing dari pihak dunia usaha yang menjadi tempat siswa SMK Negeri 10 Tata Busana melaksanakan PKL sebanyak 18 dunia usaha dan industri. Data penelitian ini dijangkau melalui angket tertutup sebanyak 30 soal. penelitian ini menggunakan rumus tingkat kecenderungan yang dikemukakan oleh Sudijono dan terdiri dari 5 kategori yaitu kategori tinggi, kategori baik, kategori cukup, kategori kurang, dan kategori sangat kurang baik. Hasil analisis data menunjukkan bahwa Persepsi dunia usaha dan industri busana terhadap peserta magang siswa

SMK Negeri 10 Kelas XI Tata busana pada praktek kerja lapangan (PKL), yang termasuk kategori sangat baik sebanyak 15 dunia usaha dan industri (83.33%), kategori baik sebanyak 3 dunia usaha dan industri (16.67%), kategori cukup tidak ada (0 %), kategori kurang tidak ada (0%), kategori sangat kurang baik tidak ada (0%). Maka dapat diketahui bahwa Persepsi dunia usaha dan indusrtri busana terhadap peserta magang siswa SMK Negeri 10 Kelas XI Tata busana pada praktek kerja lapangan (PKL) berada pada kategori sangat baik.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Rahayu Puspa Indah (2017) yang berjudul “Hubungan Persepsi Siswa Terhadap Industri Busana Dengan Minat Berwirausaha Siswa SMK Negeri 1 Kisaran”. Penelitian ini merupakan penelitian korelasi dengan populasi Siswa Kelas XI Jurusan Tata Busana SMK Negeri 1 Kisaran berjumlah 66 siswa dari 2 kelas. Sampel dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI tata busana² yang berjumlah 33 orang. Data penelitian ini dijangking melalui angket tertutup, Validitas (kesahihan) angket diuji dengan rumus korelasi *Product Moment* dengan tingkat penerimaan pada taraf signifikan 5% dan Reabilitas (keterandalan) angket diuji dengan rumus kofisien Alpha. Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel Persepsi Siswa Terhadap Industri Busana cenderung cukup dengan persentase (21,2%) sedangkan minat berwirausaha pada siswa kelas XI Jurusan Tata Busana SMK Negeri 1 Kisaran cenderung rendah dengan persentase (18,2%). Berdasarkan uji persyaratan analisis, sebaran data Persepsi siswa terhadap industri busana dan minat berwirausaha

berdistribusi normal. Dengan demikian Persepsi Siswa Terhadap Industri Busana yang tinggi akan memberikan hubungan yang signifikan pada Minat Berwirausaha Siswa Kelas XI Jurusan Tata Busana SMK Negeri 1 Kisaran.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Renjani Kemala Binar Sabharawati (2017) yang berjudul “Pengaruh Sikap dan Minat terhadap Minat Berwirausaha”. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik Purposive Sampling. Sampel penelitian ini adalah 100 responden sebagai sampel adalah mahasiswa semester V di AMA YPK Yogyakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Penelitian ini menggunakan sikap dan motivasi sebagai variabel independen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel sikap dan motivasi terhadap minat mahasiswa di AMA YPK Yogyakarta. Dari hasil penelitian diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan sikap terhadap minat berwirausaha yang ditunjukkan dengan nilai β_1 0,207 dan sig. 0,001. (2) terdapat pengaruh positif motivasi terhadap minat berwirausaha yang ditunjukkan dengan nilai β_2 0,121 dan sig. 0,077. (3) terdapat pengaruh yang sangat kuat antara sikap dan motivasi terhadap minat berwirausaha sebesar 20,5%. Sedangkan 79,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap minat berwirausaha adalah variabel sikap dengan nilai sebesar 0,207.

Pemetaan posisi dan model penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini untuk mengetahui posisi kedudukan penelitian terhadap hasil-hasil penelitian yang dilakukan oleh penelitian sebelumnya.

Tabel 2. Pemetaan Posisi dan Model Penelitian

| No. | Keterangan | Arni Mariasiwi (2010) (1) | Krista Riama Purba (2012) (2) | Rahayu Puspa Indah (2017) (3) | Renjani Kemala Binar Sabharawati (2017) (4) | Arum Indriyani (2019) (5) |
|-----|-------------------------|---|--|--|--|-------------------------------------|
| 1. | Mata pelajaran / Materi | Kewirausahaan | Kewirausahaan | Kewirausahaan | Kewirausahaan | Kewirausahaan |
| 2. | Populasi | Mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi | Siswa kelas XI Tata Busana | Siswa kelas XI Tata Busana | Mahasiswa semester V | Seluruh Siswa kelas XII |
| 3. | Tempat | Universitas Sanata Dharma | SMK Negeri 10 | SMK Negeri 1 Kisaran | AMA YPK Yogyakarta | MAN 3 Sleman |
| 4. | Metode | Korelasi | Deskriptif | Korelasi | Korelasi | Korelasi |
| 5. | Variabel | 2 Variabel | 1 Variabel | 2 Variabel | 2 Variabel | 2 Variabel |
| 6. | Instrumen | Angket, Dokumentasi, Wawancara | Angket | Angket | Angket, <i>Electronic Research</i> dan <i>Library Research</i> | Angket |
| 7. | Hasil | Tidak ada pengaruh jenis pekerjaan orang tua, tingkat pendapatan orang tua, dan tingkat pendidikan orang tua terhadap hubungan sikap wirausaha dengan minat berwirausaha. | Persepsi dunia usaha dan industri busana terhadap peserta magang siswa SMK Negeri 10 Kelas XI Tata busana pada praktek kerja lapangan (PKL) berada pada kategori sangat baik. | Terdapat hubungan antara persepsi siswa terhadap industri busana dengan minat berwirausaha pada siswa kelas XI Jurusan Tata Busana SMK Negeri 1 Kisaran. | Sikap dan motivasi berpengaruh terhadap minat berwirausaha mahasiswa AMA YPK Yogyakarta. | - |

C. Kerangka Pikir

Sesuai dengan deskripsi teoritik yang telah disusun dan dihubungkan dengan permasalahan, guna mendapatkan jawaban sementara (hipotesis) maka disusun kerangka berpikir sebagai berikut:

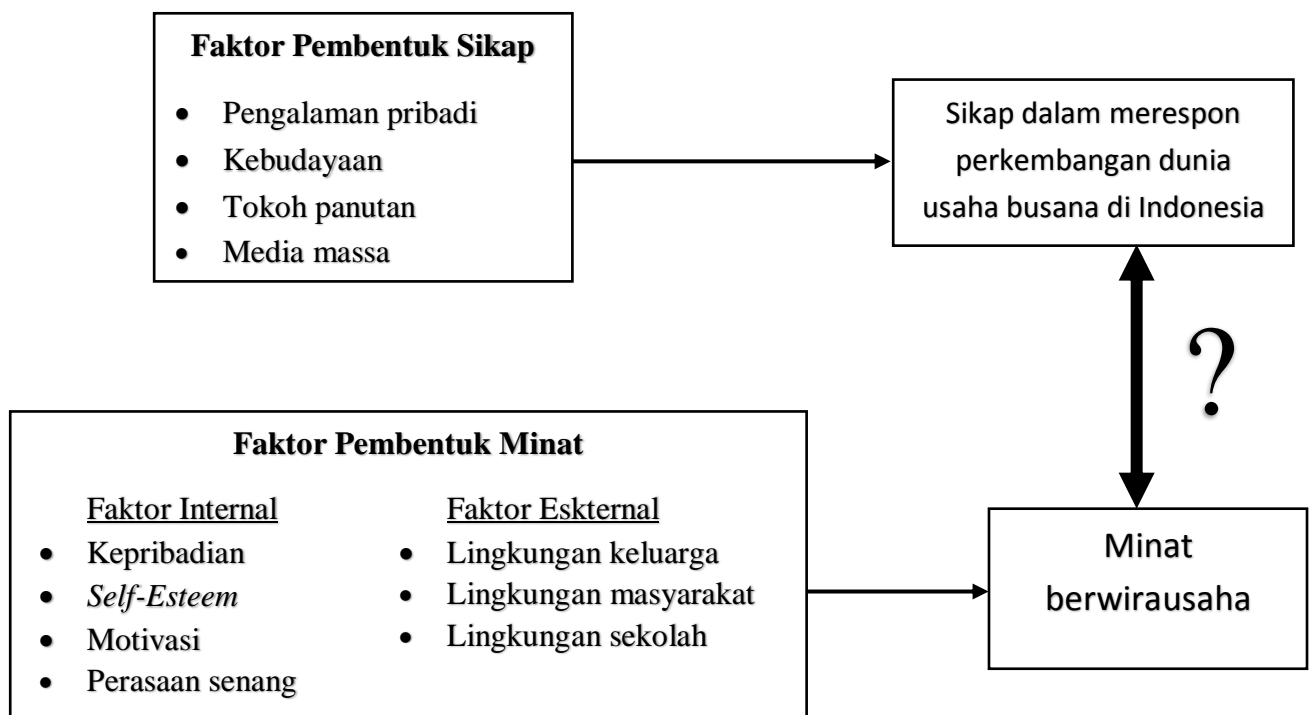
Guna mengetahui sikap dalam merespon perkembangan dunia usaha busana di Indonesia maka harus diketahui bagaimana sikap yang ditunjukkan oleh siswa terhadap objek sikap. Objek sikap disini adalah perkembangan dunia usaha busana di Indonesia. Sikap merupakan bentuk reaksi atau tindakan seseorang terhadap suatu objek psikologis sesuai dengan pendirian dan keyakinan orang tersebut. Sikap yang ingin diketahui dalam penelitian ini adalah sikap positif dan sikap negatif siswa sebagai respon terhadap perkembangan dunia usaha busana di Indonesia.

Indikator yang digunakan untuk mengukur sikap dalam merespon perkembangan dunia usaha busana di Indonesia antara lain: pengalaman pribadi, kebudayaan, tokoh panutan, dan media massa. Indikator-indikator tersebut diadopsi dari beberapa faktor pembentukan sikap yang disesuaikan dengan objek sikap yaitu perkembangan dunia usaha busana di Indonesia.

Minat berwirausaha merupakan dorongan dari dalam diri seseorang, kemauan, dan ketertarikan untuk terjun dalam dunia wirausaha. Pengukuran minat berwirausaha siswa didasarkan pada faktor internal dan faktor eksternal pada siswa. Faktor internal berasal dari dalam diri sendiri, sedangkan faktor eksternal berasal dari luar diri seseorang atau merupakan pengaruh dari lingkungan sekitarnya. Faktor internal yang digunakan untuk mengukur minat antara lain adalah: kepribadian, prestasi di sekolah, *Self-esteem*, motivasi, dan

perasaan senang. Faktor eksternal yang digunakan untuk mengukur minat berwirausaha antara lain: dorongan keluarga, lingkungan dan pergaulan, dan lingkungan sekolah.

Setelah mengetahui sikap dalam merespon perkembangan dunia usaha busana di Indonesia maka akan diketahui seberapa positif atau negatif sikap siswa terhadap perkembangan dunia usaha. Sikap dalam merespon perkembangan dunia usaha busana akan memiliki hubungan dengan minat berwirausaha apabila hasil dari pengukuran sikap cenderung positif. Sikap yang positif tersebut menandakan bahwa seseorang menyambut dengan baik objek sikap dan memiliki ketertarikan untuk lebih mendalaminya. Berdasarkan pada uraian diatas kerangka pikir teoritisnya adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Bagan Kerangka Pikir

D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka muncul pertanyaan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana sikap siswa kelas XII MAN 3 Sleman dalam merespon perkembangan dunia usaha busana di Indonesia?
2. Bagaimana minat berwirausaha siswa kelas XII MAN 3 Sleman di dunia usaha busana?
3. Seberapa positif sikap siswa kelas XII MAN 3 Sleman dalam merespon perkembangan dunia usaha busana di Indonesia?
4. Seberapa tinggi minat siswa kelas XII MAN 3 Sleman terhadap berwirausaha di dunia usaha busana?

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka berpikir yang telah dijabarkan di atas, maka dapat ditarik hipotesis penelitian yaitu terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara sikap siswa kelas XII MAN 3 Sleman dalam merespon perkembangan dunia usaha busana di Indonesia dengan minat berwirausaha siswa kelas XII MAN 3 Sleman.